** STUDENT:** RATNA BHIKHARIE **ID-CODE:** 1216552 **DATUM:** 06-06-2011 **HOGESCHOOL UTRECHT**, INSTITUUT VOOR COMMUNICATIE, COMMUNICATIEMANAGEMENT, UTRECHT

**Samenvatting**

Kink FM doet als radiozender met een beperkt bereik al veel om toch bij de luisteraar terecht te komen. Het is een vernieuwende zender die met goede moed een steeds groter publiek weet te bereiken, te zien aan een groeiend marktaandeel. De luisteraars lopen echter nog niet massaal warm voor het gebruik van de mobiele website en iPhone applicatie, hierbij spelen verschillende factoren een rol. Op het gebied van promotie van de mobiele website en de applicatie zijn nog geen grote stappen ondernomen en daarom is het misschien ook niet vreemd dat men hier nog te weinig gebruik van maakt. De luisteraars moeten dus bekend gemaakt worden met de mobiele activiteiten van Kink FM. Internet is hier bij uitstek een goed medium voor, het is veelgebruikt en Kink FM is er al volop aanwezig. Zij spelen al redelijk goed in op de trend van sociale netwerken en bieden interessante nevenactiviteiten, zoals video’s op YouTube. Zoals het profiel van de luisteraar ook aangeeft is deze juist het type om gebruik te maken van de nieuwste technologie, is hoogopgeleid en bezoekt graag muziekfestivals. Kink FM kan nog beter inspelen op haar doelgroep door er zelf naartoe te gaan. De trouwe luisteraar moet duidelijk gemaakt worden dat, ook via het mobiele internet waar hij of zij zeker al over beschikt, het luisteren naar Kink FM mogelijk is en eenvoudiger en leuker is dan hij of zij denkt. De groei van mobiel internet is in Nederland de kritieke grens gepasseerd. Het gebruik neemt toe, en het aanbod is groot. De grootste speler op de markt is de iPhone van Apple die voor het grootste deel van het dataverbruik verantwoordelijk is. Een goede stap dus om een applicatie te ontwikkelen voor de meest gebruikte internettelefoon in Nederland. Om ook al die andere mobiele internetgebruikers te bereiken wordt gebruik gemaakt van de mobiele website. Uit het onderzoek is verder naar voren gekomen dat het gebruik van sociale netwerken hoog is zowel onder internetgebruikers als mobiele internetgebruikers. Facebook wordt hierin gezien als een ‘mobiel’ sociaal netwerk, hier doet Kink FM al mee en heeft succes. Zij zouden echter meer aan promotie van de mobiele activiteiten via dit soort netwerken kunnen doen. Ook via de reguliere radio-uitzendingen kan meer worden gedaan. Op de website staat nu alleen een simpele link naar ‘Mobiel’, ook hier zouden de mobiele activiteiten breed uitgemeten kunnen worden. Aan de hand van de enquêteresultaten werd duidelijk dat Lowlands het meestbezochte muziekfestival onder de luisteraars is. Hier kan Kink FM ‘offline’ promotie van haar mobiele activiteiten realiseren. Ook op andere festivals waar zij ook aanwezig zijn, in verband met interviews en uitzendingen op locatie is dit te realiseren.

**Dankwoord**

Hierbij wil ik Verenging Veronica bedanken voor een leuke stageperiode en de kans die ik heb gekregen om een onderzoek voor het MediaLab uit te voeren. Ik bedank Michiel van Diesen, mijn begeleider bij Veronica.

Ook zou ik Annette Okkerman willen bedank voor de goede begeleiding, en Ingrid van Buuren die mij ook heeft begeleid in een lang afstudeertraject. Uiteindelijk is Maurits Miltenburg mijn afstudeerbegeleider geworden en is het samen met hem gelukt dit rapport eindelijk af te ronden. Ik heb heel veel aan zijn adviezen en onze gesprekken gehad, dankzij hem ligt het rapport er nu.

Ik bedank mijn vriend, voor zijn onvoorwaardelijke steun en het blijven geloven in mij. Ik heb een lange weg afgelegd tot hier, en ik ben blij dat ik ondanks alle tegenslagen door kon blijven zetten. Daarvoor dank ik God.

**Inhoudsopgave**

 pagina

Samenvatting 2

Dankwoord 3

1. Inleiding en aanleiding 6
	1. Inleiding rapport 6
	2. Aanleiding van de opdracht 7
	3. Vraagstelling 8

DEEL I

1. Mobiel internet 10
2.1 Wat is mobiel internet? 10
2.2 Aanbod: kosten en kwaliteit 12
2.3 Gebruikers en gedrag 14
2.4 De toekomst 15
2.5 Conclusie 17

DEEL II

1. Kink FM 19
3.1 De zender 19

3.2 Online en mobiel 20
3.3 De luisteraars 21

 pagina

DEEL III

1. Het onderzoek 23
4.1 Onderzoeksopzet 23

4.2 Bevindingen Online survey 23

4.3 Bevindingen Zelf ervaren 24

4.4 Interview Kees Winkel 26

1. Conclusie en advies 28
5.1 Conclusie 28
5.2 Advies mobiele website en applicatie 29

5.3 Communicatieplan KINK MOBIEL 31

Begrippenlijst 37

Bronnenlijst 39

1. **Inleiding en aanleiding**

**1.1 Inleiding**

Voor mijn opleiding Communicatiemanagement heb ik een afstudeeronderzoek gedaan bij het Veronica MediaLab van Vereniging Veronica, het grootste onderdeel van Veronica Holding B.V. te Hilversum. De Veronica Holding vindt het belangrijk om jong en ondernemend talent te ondersteunen, te stimuleren en te laten ontwikkelen. Het doel is om dit jonge talent in te zetten ten behoeve van de eigen activiteiten op het gebied van radio, tv, internet en nieuwe media (Van Nispen, 2008). Door middel van, onder andere de V-academy, V-radio en het Veronica MediaLab probeert zij dit te doen. Tijdens mijn stageperiode ben ik begeleid door Michiel van Diesen. Hij is marktanalist op het gebied van oude en nieuwe media. Mijn opdracht voor het MediaLab was: Onderzoek doen naar de ontwikkeling van mobiel internet in Nederland en een communicatieplan schrijven voor de mobiele website en iPhone applicatie van Veronica’s radiozender Kink FM.

Met ‘mobiel internet’ wordt in dit rapport uitsluitend het gebruik van internet via mobiele telefoons bedoeld.

Dit adviesrapport is primair geschreven voor Veronica MediaLab. Daarnaast geldt dit ook als afstudeerrapport voor mijn opleiding Communicatiemanagement aan de Hogeschool Utrecht.

Het rapport is opgebouwd uit drie delen. Deel één beschrijft het begrip mobiel internet en brengt het huidige en toekomstige gebruik van mobiel internet in kaart. Hierbij is de groei voor de komende jaren weergegeven. In dit deel wordt verder duidelijk wat mobiel internet inhoudt, wat het de consument biedt en hoe het huidige gebruik in Nederland is. Deel twee focust zich op de zender KINK FM, hun huidige activiteiten en schetst een beeld van de doorsnee luisteraar, deze dient als primaire doelgroep in het promoten van de mobiele website. In Deel drie wordt het onderzoek en de onderzoeksopzet besproken. Vervolgens komen de resultaten hiervan aan bod. Tot slot worden de conclusies besproken en worden er aanbevelingen gedaan omtrent de promotie van Kink FM’s mobiele activiteiten in een concreet communicatieplan.

**1.2 Aanleiding van de opdracht**

De radiozender van Veronica, Kink FM, heeft op dit moment geen FM-etherfrequentie en is alleen via internet, kabel en satelliet te beluisteren. Dit kost de zender veel potentiële luisteraars, en daarmee omzet uit reclamespots, aangezien ongeveer 50% van het luistergedrag via de ether geschiedt. Ondanks de uitzichten op FM-etherfrequenties blijft Veronica geïnteresseerd in nieuwe technieken en distributiemethoden. Nieuwe technieken kunnen immers kansen bieden voor Kink FM en haar themazenders Kink ClassX, Kink Aardschok en Kink X-rated, maar kunnen op de lange termijn ook het nut en de noodzaak van FM-etherfrequenties ter discussie stellen. Sinds juni 2009 is dan ook begonnen met een mobiele website waarop Kink FM en de themakanalen Kink ClassX en Kink Aardschok te beluisteren zijn. Hiervoor zijn nog geen promotionele activiteiten ondernomen, omdat de website zich nog in de testfase bevindt. Door middel van een communicatieplan wil Veronica het gebruik van haar mobiele diensten: de mobiele website en een iPhone applicatie, bevorderen. Om dit te bereiken zou Veronica graag beginnen met meer bekendheid omtrent haar mobiele internetactiviteiten te creëren onder de huidige luisteraars van Kink FM. Zij zien de huidige luisteraars als primaire doelgroep die zij willen vasthouden op momenten dat er geen kabelverbinding, laptop of computer in de buurt is.

Veronica is hiernaast geïnteresseerd in de ontwikkeling van mobiel internet onder Nederlandse consumenten en wil deze graag in kaart brengen voor de komende jaren. Mobiel internet lijkt een interessante markt te kunnen zijn voor zowel radio als televisie, Veronica zou hier meer in willen investeren en omzet uit willen genereren. Mobiel internet is een redelijk nieuwe technologie en daarom niet volledig bekend bij het grote publiek. Veronica vermoedt dat gebrek aan kennis en gebruiksgemak hierbij een belangrijke rol spelen. Ook vermoeden zij dat consumenten die de kennis wel hebben in veel gevallen niet van alle mogelijkheden afweten, zelfs als zij al over mobiel internet beschikken (Van Diesen, 2009). Wanneer de consument begrijpt wat ‘mobile streaming’ is en hoe het werkt, zullen zij daar vanzelf meer gebruik van gaan maken. Veronica verwacht hiervan te kunnen profiteren door te investeren in ‘mobile streaming’. Zij willen daarom weten of het gebruik van mobiel internet aantoonbaar snel en sterk genoeg groeit onder Nederlandse consumenten. Het begrip ‘streaming media’ is de verzamelterm voor de [technologie](http://nl.wikipedia.org/wiki/Technologie) om [audio](http://nl.wikipedia.org/wiki/Audio) en [video](http://nl.wikipedia.org/wiki/Video) rechtstreeks via [computernetwerken](http://nl.wikipedia.org/wiki/Computernetwerk) (zoals het [internet](http://nl.wikipedia.org/wiki/Internet)) te distribueren. ‘Mobile streaming’ maakt gebruik van het netwerk voor mobiele telefoons (UMTS). Voorbeelden van ‘streaming media’ zijn live televisie en live radio via internet, [webcams](http://nl.wikipedia.org/wiki/Webcam), maar ook ‘[Video on Demand](http://nl.wikipedia.org/wiki/Video_on_Demand)’ en [webvideo](http://nl.wikipedia.org/wiki/Webvideo). Het voordeel hierbij is dat het niet nodig dat een mediabestand eerst [gedownload](http://nl.wikipedia.org/wiki/Downloaden) wordt, maar kan de media vrijwel onmiddellijk afgespeeld worden. Bij ‘streaming media’ is dus nooit een compleet mediabestand bij de gebruiker aanwezig, dit maakt het eenvoudiger de [auteursrechten](http://nl.wikipedia.org/wiki/Auteursrecht) van een dergelijk bestand te handhaven.

**1.3 Vraagstelling**

De centrale vraagstelling in dit rapport luidt:

**“Hoe is het gebruik van KINK FM via mobiel internet te bevorderen?”**

Het doel van dit afstudeerrapport is het formuleren van een advies ter bevordering van het gebruik van de mobiele website en iPhone applicatie van KINK FM. De randvoorwaarde hierbij is het vast kunnen stellen van een voldoende snelle en sterke groei van het mobiele internetgebruik in Nederland. Met ‘een voldoende snelle en sterke groei’ wordt bedoeld: ten minste vijf procent jaarlijkse groei in aantal Nederlanders dat gebruik maakt van mobiel internet.

De deelvragen die zijn gesteld om de hoofdvraag te beantwoorden:

- Hoe heeft mobiel internet zich ontwikkeld?

- Hoe wordt mobiele telefonie gebruikt en door wie?

- Wat is mobiel internet?

- Hoe ziet het mediagebruik via mobiel internet eruit?

- Hoe ziet het aanbod van mobiel internet in Nederland eruit?

- Hoe maken consumenten in Nederland gebruik van mobiel internet en waarom?

- Wat kunnen we voorspellen voor de ontwikkeling van mobiel internet voor de komende twee jaar?

-Hoe beoordeelt de consument de mogelijkheden en de kwaliteit van de mobiele website?

- Beschrijving radiozender KINK FM

- Wat is het profiel van de doorsnee KINK FM luisteraar?

- Hoe is de KINK FM luisteraar het beste te benaderen?

Om een zo duidelijk mogelijk beeld te krijgen van de mobiele internetmarkt is gebruik gemaakt van deskresearch. Hierbij is onderzoek gedaan naar mobiele telefonie, mobiel internet en mediagebruik via dit platform. Om een indruk te geven van de sterke positie die mobiel internetontvangst in Nederland heeft zijn een aantal praktijktesten uitgevoerd. Ook is er een steekproef afgenomen bij mobiele internetgebruikers om het gebruik van Kink FM met verschillende merken mobiele telefoons met internetverbinding te testen. Hiermee is getracht in grove lijnen een beeld te schetsen van de consumentenervaring, de eventuele struikelblokken en gemakken van het luisteren naar Kink FM via mobiel internet. Door middel van een interview met crossmedia-expert Kees Winkel heb ik mij beter kunnen oriënteren op de markt van radio en internet wat heeft bijgedragen aan het advies aan Veronica. Om een goed onderbouwd advies ter bevordering van het gebruik van de mobiele website van Kink FM te kunnen geven is een vragenlijst afgenomen onder de huidige luisteraars van Kink FM. Aan de hand van deze enquête is de huidige bekendheid van de mobiele website en de beoordeling hiervan in kaart gebracht.

1. **Mobiel internet**

**2.1 Wat is mobiel internet?**

Na de historische doorbraak van het internet en de mobiele telefonie doet zich een nieuw medium voor, het mobiele internet. Men is met de komst van mobiel internet niet meer gebonden aan plaats en tijd. Met zowel de laptop als de mobiele telefoon kan verbinding met het internet worden gemaakt, hiervoor wordt het 3G netwerk gebruikt. Het 3G netwerk maakt gebruik van de UMTS of HSDPA masten die het dichtst in de buurt zijn. Nederlandse providers van mobiele telefonie beweren een dekkingsgebied van 90 procent te hebben, in principe is mobiel internetten dus overal in Nederland mogelijk. Kanttekening hierbij is dat buiten het dekkingsgebied (binnenshuis en landelijk gebied) de verbinding terugvalt op het GPRS netwerk, wat aanzienlijk trager is. Met een zogenoemde netbook (kleine laptop) dient men gebruik te maken van een netwerkkaart of usb-stick (dongel) welke bij een mobiel internetabonnement geleverd wordt. Het gebruik van de netbook is het meest praktisch (onderweg) vergeleken met een pc of normale laptop, maar netwerkkaarten en dongels zijn ook hiervoor geschikt. De mobiele telefoon heeft deze niet nodig, omdat zij al gebruik maakt van dezelfde technologie via dezelfde zendmasten. Dit rapport zal verder alleen de kenmerken van mobiel internet via de mobiele telefoon bespreken.

De eerder genoemde smartphones nemen steeds meer functies van laptops over en spelen daarom een grote rol in de groei van mobiel internet. Ook de touch-screen toestellen bieden meer gebruiksvriendelijkheid. De schermen van de toestellen worden groter met hogere resolutie, dit maakt browsen eenvoudiger. Ook dankzij browsersoftware, die door steeds meer bedrijven wordt ontwikkeld, groeit de markt van dit soort handsets. Voorbeelden hiervan zijn Opera en Mobile Firefox Fennec. Mobiele websites zijn vaak vereenvoudigde versies van reguliere websites en zijn ontworpen om een kortere laadtijd en betere navigatie mogelijk te maken. De URL van dit soort websites beginnen vaak met een m. of eindigen met .mobi. Voorbeelden van mobiele websites zijn m.ns.nl (Nederlandse spoorwegen), mobiel.nu.nl (Nu.nl) en natuurlijk heeft de populaire zoekmachine Google een mobiele versie, m.google.nl. Naast het gebruik van mobiel internet via browsers op de mobiele telefoon wordt er veel gebruik gemaakt van applicaties. Deze bieden vaak meer dan een website alleen. Applicaties worden eerst en voornamelijk ontwikkeld voor gebruik met de iPhone. Voorbeelden van dit soort applicaties van websites zijn Hyves, Buienradar en kranten als de Telegraaf en Volkskrant. Applicaties zijn te downloaden in online webwinkels, afhankelijk van het besturingssysteem van je telefoon. Voor de iPhone is dit de App Store, vergelijkbaar met iTunes, waar muziek te downloaden is. Om Apple te kunnen bijbenen en een plek in de lijst van ‘meest gedownloade apps’ te bemachtigen, komen verschillende mobiele merken met hun eigen applicatiewinkel. Elke applicatie die wordt ontwikkeld dient voor één bepaalde ‘app store’ te worden gemaakt. Met de komst van deze afzonderlijke ‘stores’ wordt het voor bedrijven steeds moeilijker om de gehele markt te bedienen.

Met de retentiecijfers voor applicaties, uitgedrukt in dagen dat gebruikers de applicatie op hun handset laten staan, komt de zwakte van ‘apps’ naar voren. Hiermee wordt dus ook de zwakte van ‘app stores’ duidelijk. De Netsize Guide laat zien dat van applicaties, in vijftien verschillende content categorieën, 67 procent na 30 dagen nog op de handset aanwezig is. Na 60 dagen is dit 32 procent en na 90 dagen nog maar 25 procent, dan heeft 75 procent van de gebruikers de applicatie dus al verwijderd. Met deze cijfers in het achterhoofd is het niet raar dat men deze situatie vergelijkt met de tijd van ringtones. Ringtones domineerden de markt tien jaar geleden op dezelfde manier, de vraag is alleen of de markt van gesloten mobiele applicaties een langer leven gegeven is (OMI², 2009).

Voor zowel mobiele websites als applicaties geldt dat de ‘usability’ oftewel de gebruiksvriendelijkheid doorslaggevend is in het succes hiervan. Eerder is al aangetoond dat de gebruikerservaring van reguliere websites op mobiele telefoons niet erg positief is (Nielsen, 2009). Dit komt voornamelijk door het kleine scherm, wat er niet op gebouwd is grote en zware sites te laden en weer te geven, dit beperkt de visuele opties en bemoeilijkt het navigeren over en tussen webpagina’s en vensters. Reguliere websites zijn gebouwd voor gebruik met desktops, zoals personal computers en laptops, niet voor de mobiele telefoon. De ontwikkeling van mobiele websites en applicaties hebben hier een grote stap voorwaarts in gebruiksvriendelijkheid gemaakt. Toch dienen zij zich blijven te vernieuwen en verbeteren in hun aansluiting met gebruikersbehoeften.

In het onderzoek naar de gebruikerservaring met mobiel internet zijn drie groepen mobiele toestellen te onderscheiden, waarmee het niveau van gebruiksvriendelijkheid is in te delen. Deze indeling hangt voornamelijk samen met de schermgrootte van het mobiele toestel en zit er als volgt uit:

* Feature phones (normale mobieltjes) met een klein scherm en een numeriek toetsenbord. Deze toestellen hebben het grootste gebruikersaantal en zijn het oudst.
* Smartphones voornamelijk zakelijke toestellen met een middelmatig formaat scherm en een volledig alfabetisch toetsenbord (QWERTY).
* Touch-screen phones (als de iPhone) met een scherm bijna zo groot als het mobiele toestel zelf, wat wordt gestuurd door aanraking met de vingers.

Onderzoek heeft uitgewezen dat naarmate het scherm groter is, het gebruiksgemak verbeterd. Het advies aan de consument, die het belangrijk vind om websites op zijn of haar mobiel te gebruiken, is dan ook een ‘touch-screen phone’ te kopen. Voor bedrijven geldt dat zij voor zowel de smartphones als voor de touch-screen phones websites of applicaties dienen te ontwikkelen. (Nielsen, 2009). Feature phones zullen met de tijd verdwijnen, en smart- en touch-screenphones zullen meer terrein winnen (GfK, 2009).

* 1. **Aanbod: Kosten en kwaliteit**

De vier grootste mobiele telefonieaanbieders in Nederland: KPN, Vodafone, Telfort en T-Mobile bieden allen meerdere abonnementen waarmee men onbeperkt kan internetten. De snelheid van deze verbinding verschilt tussen de aanbieders en de prijs hangt hier niet altijd mee samen. In Tabel 1 in de bijlagen is het aanbod weergegeven voor onbeperkt internet op de mobiele telefoon. Deze prijzen zijn van begin juli 2010 en zijn afgerond om met elkaar te kunnen vergelijken.

Voor mensen die sporadisch gebruik maken van mobiel internet is een abonnement met onbeperkt dataverbruik niet handig. Hiervoor zijn alternatieven die door providers vaak standaard bij prepaid en postpaid (achteraf betalen) varianten zijn inbegrepen. Hierbij betaalt de gebruiker een standaard tarief voor een vastgestelde hoeveelheid dataverbruik (per MB bijvoorbeeld), hier zijn verder geen vaste kosten aan verbonden. Wel is er in sommige gevallen sprake van een limiet, net als bij veel onbeperkte abonnementen. Onbeperkt mobiel internet is dus niet altijd ‘onbeperkt’. Dataverbruik wordt in aantal bytes weergegeven, net als vast internetverbruik. Hoe meer websites men bezoekt, e-mails verstuurd en muziek of applicaties downloadt, hoe hoger het dataverbruik. Voor vlot internet is een minimale downloadsnelheid van 768 kilobyte per seconde (kb/s) gewenst, dit kost bij alle aanbieders rond de vijftien euro per maand. Onbeperkt downloaden met een mobiele telefoon is uiteindelijk niet mogelijk. Providers hanteren een zogenoemde ‘fair use policy’, wat inhoudt dat er van de gebruiker wordt verwacht normaal gebruik te maken van de internetverbinding. Wanneer dit niet gebeurt, kan een provider ingrijpen en beperkingen opleggen. Vooral met het ‘streamen’ van video of audio, bijvoorbeeld het bekijken van YouTube filmpjes en beluisteren van online radio, bereikt men snel het maandelijkse limiet. Door middel van gratis programma’s, die te downloaden zijn op de mobiele telefoon, kan men het eigen dag-, week- of maandverbruik in de gaten houden.

Er is veel te doen geweest over de mobiele internettarieven bij gebruik in het buitenland. Men kwam na vakantie thuis om vervolgens een torenhoge rekening voor het dataverbruik daar te ontvangen. Sinds 1 maart 2010 is echter de Europese wetgeving van kracht die telefoonmaatschappijen verplicht bij een maximum van €50 per maand aan zogenaamde ‘roaming’ datakosten de toegang tot internet stop te zetten. Klanten krijgen een bericht bij het bereiken van 80 procent van dit limiet of van een zelf gekozen, hoger limiet.

Een mobiele telefoon zal automatisch het snelste netwerk selecteren. Wanneer bijvoorbeeld met een KPN abonnement HSDPA niet beschikbaar is op de locatie waar de mobiele telefoon zich bevindt, dan zal het netwerk automatisch terugschakelen naar UMTS. (De Consumentengids, 2010).

Met behulp van een drietal praktijktests bij het Veronica Medialab is de dekking van mobiele internetprovider T-Mobile op de proef gesteld. Met een iPhone zijn wij de weg opgegaan. Via TunIn.fm is getracht naar Kink FM te luisteren in de auto. Er is tijdens de test ongeveer 200 kilometer afgelegd over snelwegen en provinciale wegen in de omgeving van Hilversum via de A1, de A27 en de A28 richting Ermelo. In de meest afgelegen poldergebieden bleef de verbinding stabiel en draaide de muziek non-stop door. Een enkele keer verloren wij het netwerk voor drie seconden, in stedelijk gebied op de snelweg waar wij rond de 110 kilometer per uur reden. Door de snelheid,wordt er continu van zendmast gewisseld en kan het dus nog wel voorkomen dat het 3G netwerk wegvalt. Over het geheel genomen was het ontvangst en de kwaliteit van webradio via de mobiele telefoon zeer goed te noemen. In bijlage 2 wordt aan de hand van dekkingkaarten duidelijk wat het dekkingsgebied van verschillende mobiele providers in Nederland is.

* 1. **Gebruikers en gedrag**

Mobiel internet raakt steeds meer geïntegreerd in het dagelijks internetgebruik, uit onderzoek van Ruigrok | NetPanel van april 2009 blijkt dat 49% van de Nederlanders toegang heeft tot internet op de mobiele telefoon. En dit percentage blijft groeien. Vooral jongeren tot 35 jaar maken gebruik van mobiel internet. Van de Nederlanders zonder toegang tot mobiel internet acht elf procent het (zeer) waarschijnlijk dat zij in het komende jaar wel een mobiel toestel met toegang tot internet zullen hebben.

Van de Nederlanders die internet op de mobiele telefoon gebruiken zegt twaalf procent hier dagelijks gebruik van te maken. Zestig procent van de Nederlanders met een internetfunctie op hun mobiele telefoon zegt nooit gebruik te maken van mobiel internet. Daarnaast blijkt mobiel internet vooral iets voor de jongere hoogopgeleide man. De voornaamste reden om helemaal niet, of niet vaker gebruik te maken van mobiel internet, is de hoge kosten. Een andere reden die door 50 procent genoemd wordt is dat men er geen behoefte aan heeft. Voor een kwart is het scherm van de telefoon te klein en één op de vijf personen geeft aan de bediening van internet lastig te vinden of dat de snelheid te laag is.

Het bekijken van de privémail is de meest gebruikte toepassing voor ruim de helft (53%) van de mobiele internetters. Nieuws lezen en het zoeken van informatie worden eveneens door ongeveer de helft van de mobiele internetters gedaan. Acht van de tien Hyvers (79%) die mobiel internet hebben bekijken Hyves ook via hun mobiele telefoon. Mannen maken vaker gebruik van nieuws lezen en navigatie dan vrouwen. De momenten waarop gebruik wordt gemaakt van mobiel internet is voor ruim de helft (54%) het wachten. Daarna komt vrije tijd en in het openbaar vervoer. Ook het ontbreken van een vaste verbinding is een genoemde reden.

Door het wegvallen van een aantal technische en commerciële beperkingen, die de grote doorbraak van mobiel internet de afgelopen jaren steeds vertraagden, heeft het daadwerkelijke gebruik van mobiele websites in Nederland nu serieuze vormen aangenomen. De introductie van betaalbare ‘flat fee abonnementen’, de komst van steeds geavanceerdere telefoontoestellen en de beschikbaarheid van zoekmachines als Google Mobile hebben dit proces versneld.(Ruigrok, 2009).

Onderzoek van april 2010 laat zien dat mobiel internetgebruik met 25 procent is gestegen ten opzichte van 2009. Het aantal mobiele internetbezitters bleef in dat jaar gelijk, wat dus een stijging in het gebruik van diezelfde groep laat zien. Eén op de tien Nederlanders is in 2010 dagelijks online via mobiel internet (Figuur 2, bijlage 3). Van de mobiele internetters in Nederland maakt 45 procent gebruik van een ‘onbeperkte’ abonnementsvorm (Figuur 3, bijlage 3). In bijlage 3 geeft figuur 4 een overzicht van de meest gebruikte toepassingen via mobiel internet. Men gebruikt via mobiel internet vooral zoekmachines om informatie op te zoeken, om het nieuws te lezen, e-mails te versturen, het weer te bekijken, reisinformatie en locaties te zoeken en sociale online netwerken te gebruiken. (Ruigrok, 2010).

* 1. **De toekomst**

In de toekomst zal wellicht van andere systemen gebruik worden gemaakt om de datacapaciteit en de verbindingssnelheid te verhogen, een voorbeeld hiervan is UWB. Ultra Wide Band is een draadloze datatechnologie van de vierde generatie (4G). Deze techniek maakt gebruik van zeer breedbandige pulsverzending in plaats van de draaggolven die we kennen van GSM, radio en TV. Door in zeer korte tijd (minder dan één miljoenste seconde) breedbandig stroompulsen te verzenden is het mogelijk extreme capaciteiten te realiseren. De eerste proeven zijn al geruime tijd geleden gehouden. Met deze technologie zijn (volgens de huidige begrippen) extreme bandbreedtes mogelijk, in theorie zelfs tot 1 Gigabit per seconde. Deze technologie wordt inmiddels gebruikt in het Amerikaanse leger. Ook de Wimax is een systeem waar al veel mee wordt geëxperimenteerd. Op dit moment is deze al beschikbaar in de binnenring van Amsterdam en wordt tot 2015 nog door één bedrijf (Worldmax) aangeboden. Velen zien dit systeem als de opvolger van het huidige 3G netwerk voor mobiel internet, voornamelijk in combinatie met netbooks.

Met de ‘Global Mobile Data Traffic Forecast Update’ van januari 2009, voorspelt Cisco dat wereldwijd het mobiele dataverkeer elk jaar zal verdubbelen en dus 66 keer zo hoog zal worden tussen 2008 en 2013. Mobiel dataverkeer zal volgens hen groeien van 1 petabyte per maand naar 1 exabyte per maand in de helft van de tijd die nodig was om vast internetverkeer dezelfde groei te laten doormaken. Van het wereldwijde mobiele verkeer zal in 2013 ongeveer 64 procent bestaan uit video. West-Europa zal het meeste mobiele video verkeer hebben in 2013.

Mobiele breedband toestellen met een snelheid hoger dan 3G en laptop netwerkkaarten zullen meer dan 80 procent van het wereldwijde mobiele dataverkeer beslaan in 2013. Eén enkele high-end mobiele telefoon iPhone of Blackberry genereert meer dataverkeer dan 30 ‘Feature phones’. Een laptop netwerkkaart (dongel) genereert meer dataverkeer dan 450 basisfunctie mobieltjes, voorspelt Cisco voor de komende twee jaar.

Een groei van de kerncapaciteit is nodig om mobiele breedband, datatoegang en video services aan de eindgebruiker te verbinden en tegelijkertijd de kosten onder controle te houden. Volgens de Cisco VNI Global Mobile Data Traffic Forecast hebben de 3.5G en hoger en WiMAX technologie de toekomst. De toekomst van mobiele netwerken belooft op de lange termijn veel rijkere mogelijkheden voor mobile advertising en entertainment. (Cisco, 2009).

De in september 2009 gepubliceerde ‘Western European Mobile Forecast 2009-2014’ van Forrester Research maakt duidelijk dat mobiel internet het kritische punt gepasseerd is. In ons land wordt mobiel internet door vijftien procent (2,5 tot 3 miljoen) Nederlanders regelmatig gebruikt en de lichten voor een blijvende groei lijken allemaal op groen te staan:

* Stijgende verkoop van 3G+ handsets  (22% in de laatste 12 maanden volgens [GfK](http://www.gfk.com/ps_benelux/markets/qol/telecom/index.nl.html)).
* Stijgend aandeel van internetcentrische mobiele telefoons  (2% in 2007, 8% in 2008
en 25% in juni 2009 volgens [GfK](http://www.gfk.com/ps_benelux/markets/qol/telecom/index.nl.html)).
* Ruime beschikbaarheid van ‘all-you-can-eat’ databundels met vaste maandprijs.

Forrester Research voorspelt dat de adoptie in Nederland over drie jaar 47 procent zal zijn, dan zullen acht tot tien miljoen landgenoten die internet op hun mobiel gebruiken. Met deze groei in het vooruitzicht wordt het voor consumentenmerken aantrekkelijk om zich op mobiel internet te richten en mobiele applicaties te ontwikkelen. Omgekeerd zal meer mobiel relevante content weer een groter publiek aantrekken. We komen daarmee vanzelf in een opwaartse spiraal. (Forrester Research, 2009).

* 1. **Conclusie**

Mobiel internet is eenvoudig gezegd toegang hebben tot en gebruik kunnen maken van alle internettoepassingen die via vast internet op de personal computer te gebruiken zijn, maar dan met de handzame mobiele telefoon als je computer.

De technologische ontwikkelingen die de mobiele netwerken hebben doorgemaakt maakt het vandaag de dag mogelijk dat wij niet alleen mobiel kunnen bellen of sms’en, maar ook toegang hebben tot het internet met onze mobiele telefoon. De snelheid warmee dit mogelijk is wordt alleen maar hoger. En de ontwikkelingen in handsets groeien mee, waardoor de gebruiksvriendelijkheid van het toestel in combinatie met het gebruik van mobiel internet al is uitgelopen tot een ongekend succes met bijvoorbeeld de iPhone. Wij hebben kunnen lezen dat mobiele telefonie vooral voor privédoeleinden gebruikt wordt, waarvan het grootste doel uiteraard het onderhouden van sociale contacten is. Dit is met het internet niet heel anders, internetgebruikers zijn het meest actief op sociale netwerksites. Hyves wordt door internetgebruikers het meest genoemd als belangrijkste website. De verschillen in gebruikers zijn ook duidelijk te benoemen. Vrouwen zijn actiever op Hyves, Mannen houden het liever internationaal met Facebook en zakelijk met LinkedIn. Jongeren onder de 35 jaar zijn het meest actief op internet en zijn het meest mobiel online.

De kosten voor mobiel internet worden steeds lager en het aanbod van onbeperkte abonnementen neemt toe. Toch blijft er nog verschil in gebruikslimiet en verbindingssnelheid tussen de providers. De laatste variant in internetabonnementen is het ‘sim only’ abonnement waarbij je de mogelijkheid hebt maandelijks onbeperkt internet aan te schaffen voor een vaste prijs. Hierbij is het niet nodig een nieuw mobiel toestel of abonnement aan te schaffen, dit werkt drempelverlagend voor een hoop nieuwe nieuwsgierige mobiele internetgebruikers.

E-mailen en het bezoeken van sociale netwerksites zijn het populairst onder de huidige mobiele internetgebruikers. De momenten waarop men het meest gebruik maakt van mobiel internet zijn tijdens het wachten, in de vrije tijd en in het openbaar vervoer. Hierbij is het opzoeken van informatie, locaties, het weer en het lezen van nieuws populair.

Met de komst van de 3G technologie in mobiele telefoons is een trage internetverbinding geen issue meer. Zo hebben onze praktijktests ook laten zien. In Nederland is het mobiele internetgebruik al over haar kritische punt heen. Er wordt voorspelt dat het gebruik van mobiel internet in Nederland in het jaar 2014 47 procent zal zijn. Dit houdt in dat 8 tot 10 miljoen Nederlanders gebruik maakt van mobiel internet. Met deze voorspelling kunnen wij zeggen dat er aan de randvoorwaarde, voor verdere ontwikkeling van mobiele toepassingen door Veronica, is voldaan. Deze randvoorwaarde stelt dat het gebruik in Nederland jaarlijks met minimaal 5 procent zou moeten stijgen. Volgens Forrester Research zal deze jaarlijkse groei maarliefst 6,4 procent zijn.

1. **Kink FM**

**3.1 De zender**

Kink FM is een radiozender die valt onder de Veronica Holding B.V. en bestaat sinds 1995. Momenteel zendt Kink FM in heel Nederland uit via de kabel, in heel Europa via de satelliet, via diverse digitale kabelpakketten en in de rest van de wereld via internet. Ook staat de zender in de lijst radiostreams van iTunes. Het is de bedoeling dat de zender in de toekomst in Nederland via een etherfrequentie zal gaan uitzenden, dit is tot op heden voor Kink FM niet mogelijk geweest. Sinds 2008 is Kink FM ook te ontvangen op veel mobiele telefoons, onder andere door middel van TunIn.fm en iTunes. Verder worden veel programma's na de uitzending als podcast aangeboden.

De muziekstijlen die Kink FM draait kunnen onder het kopje ‘Alternatief’ worden geplaatst. Het is vooral rock, van soft tot heavy metal, te horen via vier verschillende kanalen en overdag meer popmuziek. Kink FM zendt dikwijls concertopnames uit, dit gebeurt onder de noemer 'Kink in Concert.' Verder zijn er de ‘Kink FM Headlines’ met daarbij een concertagenda op de zender te horen. Ook zendt Kink FM live uit vanaf festivals als Paaspop, Ticket for Tibet, Crossing Borders en The Music In My Head. Kink FM is te bestempelen als een unieke zender, het is het enige radiostation van Nederland dat progressieve alternatieve popmuziek draait. Zij richten zich minder op de hitlijsten, maar meer op de kwaliteit van de muziek (RAB, 2009).

Na het uitblijven van een etherfrequentie is Kink FM actief op zoek gegaan naar alternatieve distributiemedia voor haar activiteiten. Ze heeft als één van de eerste Nederlandse radiostations haar pijlen gericht op het internet. Inmiddels is Kink gestart met drie nieuwe [streaming](http://nl.wikipedia.org/wiki/Streaming_media) radio themakanalen; Kink ClassX, Kink X-rated en Kink Aardschok. (De laatste i.s.m. het metal magazine "[Aardschok](http://nl.wikipedia.org/w/index.php?title=Aardschok_(blad)&action=edit&redlink=1)"). Op Kink ClassX draait men 24 uur per dag de 'roots' van Kink FM. Op Kink Aardschok is 24 uur per dag Metal en Hard rock te horen, Op X-rated kan men luisteren naar de meest nieuwe experimentele en avant-garde muziek. De themazenders zijn non-stop; er wordt dus niet gepresenteerd.

In 2009 is KINK begonnen met een mobiele website en een gratis iPhone applicatie. Sinds januari van dit jaar is de huisstijl onder handen genomen en is er een vernieuwde slogan in het leven geroepen: Messenger of Music. Zie figuur 3a en 3b in bijlage 4 voor beelden van de eerste en laatste versie van de applicatie voor de iPone.

Kink FM beoogt meer te zijn dan alleen een radiostation. Kink FM is een platform voor de muziekliefhebber. Een website met uitgebreide content, shop, tv, biografieën en meer muziekgerelateerde informatie spelen daar een belangrijke rol in. Het is voor Kink FM belangrijk altijd bereikbaar te zijn voor de luisteraars. Dus vanachter de computer, maar ook vanachter de mobiele telefoon (van Tol, 2009).

Op dit moment heeft Kink FM een landelijk marktaandeel van 0,5 procent, dit is een stijging ten opzichte van vorig jaar van 0,1 procent. Volgens de luistercijfers van Intomart GfK (2011) heeft Kink FM een weekbereik van 180.000 mensen, waar dit een jaar geleden 156.000 was, dit is een forse stijging voor een radiozender als Kink FM. Hiermee is het de achttiende zender van Nederland (zie Bijlage 4, Figuur 4).

* 1. **Online en mobiel**

Kink FM heeft een beperkt bereik via kabel, satelliet en internet. Voor radio is ether nog steeds het belangrijkste distributiemiddel, daarna volgt de kabel. De afgelopen jaren zijn er steeds meer mensen via internet naar de radio gaan luisteren. Mobiel internet, en de iPhone, zijn sterk in opkomst. Voor Kink FM is elk distributiemiddel nodig om haar bereik te vergroten en haar doelgroep te bereiken.

Op dit moment is de mobiele website online. Door middel van deze website kan men via mobiel internet naar Kink Fm luisteren met de mobiele telefoon. Op deze mobiele website is de titel en artiest van het liedje wat op dat moment te horen is af te lezen, dit vormt direct een link naar de biografie van deze artiest. Ook is er naast de titel een afbeelding van de betreffende artiest te zien. De liedjes die op dat moment op de themakanalen te horen zijn, zijn ook weergegeven. Hierbij zijn links geplaatst waarop geklikt kan worden en je de geselecteerde zender te horen krijgt. Er kan verder doorgeklikt worden naar Kink TV, waar filmpjes van interviews en beelden van achter de schermen te vinden zijn. Via de mobiele website is ook door te klikken naar popnieuws, nieuws&acties en informatie over het mobiel beluisteren van Kink FM.

De huidige iPhone applicatie is een derde versie en is inmiddels uitgebreid met de een korte playlist, zodat te zien is welk liedje er nu wordt gedraaid, welke net te horen is geweest en welk liedje de volgende is. Ook zijn er links naar Kink FM headlines (popnieuws) en de Kink top 40 geplaatst. Het nieuwste themakanaal X-rated is ook aan de applicatie toegevoegd. Tijdens de livestream wil Kink FM het nog mogelijk maken om bij elk liedje een beknopte artiestenbiografie en een link naar de website van de artiest te plaatsen. Hierbij moet er ook een link zijn naar iTunes, waar het betreffende liedje direct gedownload kan worden, een foto en een beknopte omschrijving van de presenterende dj en het programma waarnaar geluisterd wordt. De laatste versie van de applicatie is sinds 6 juni 2011 online. Op de reguliere website is inmiddels een banner geplaatst met een link en een oproep om de nieuwe applicatie te downloaden.

Sinds 2011 is Kink FM begonnen met het aanbieden van internetradio’s via haar website. Dit wederom omdat elk distributiemiddel benut dient te worden. (Zie Bijlage 4 voor beelden van de website van Kink FM, de mobiele website en de iPhone applicatie).

Op 12 april 2011 heeft Kink FM de aftrap gegeven voor de Kink FM festivalzomer. Hieronder vallen live-uitzendingen vanaf verschillende muziekfestivals, een verkiezing van dé Nederlandse festivalband, een festival ‘picture wall’ met festivalfoto’s die luisteraars zelf uploaden en een winactie waarbij een festival survivalpakket is te winnen. Ook zijn er filmpjes van de dj’s van Kink FM op het YouTube kanaal van de zender geplaatst, deze filmpjes gaan over verschillende onderwerpen rondom het festivalthema.

* 1. **De luisteraars**

Uit de Radio Basisondervraging blijkt dat er steeds meer naar radio wordt geluisterd. Per hoofd van de bevolking was de totale luistertijd in 2007 23,6 uur per week. Ten opzichte van 2005 en 2006, is dit een stijging van tien procent. Radioluisteraars in Nederland hebben een sterke band met hun radiostation en luisteren dan ook lang. ‘Primetime’ is voor radio overdag, tussen acht uur ’s ochtends en vijf uur ’s middags. Als het om het aandeel in de mediatijdbesteding gaat, staat radio overdag op nummer één. De plaats waar men naar de radio luistert verschilt per groep. Mannen luisteren voornamelijk op het werk of op school, vrouwen luisteren, net als jongeren, vaker thuis naar de radio (RAB, 2009).

Radio wordt gezien als een persoonlijk en menselijk medium dat dicht bij de luisteraar staat. Uit onderzoek blijkt dat veel luisteraars verwachten dat ze door radio als individu worden aangesproken, ook bij radiocommercials, bij televisie ziet men zichzelf juist als lid van een groep. Ook blijkt dat radio als een betrouwbaar medium wordt gezien, tegenover dagbladen en televisie. Een andere unieke eigenschap van radio is dat dit het minst ‘zapgevoelige’ medium is, na de bioscoop (RAB, 2009).

De doelgroep van Kink FM wordt beschreven als hetzelfde publiek dat graag festivals als Lowlands en Pinkpop bezoekt. Zij bestaat voornamelijk uit hoger opgeleiden. Iets meer dan de helft (55%) is man, 45 procent is vrouw. De belangrijkste doelgroep bevindt zich in de leeftijd van 20 tot 34 jaar, hoger opgeleid, luistert vooral op het werk en bestaat voornamelijk uit mannen (Glas, 2009).

Muziek is voor de luisteraar van Kink FM van groot belang. Vaak is het hun lifestyle. Deze luisteraar bezoekt graag concerten en festivals en heeft interesse in de nieuwste gadgets en is daarmee vernieuwend (RAB, 2009).

Op dit moment worden luisteraars vooral bereikt via de reguliere radio-uitzendingen en daarmee ook de website, veel mensen luisteren namelijk via internet. Andere kanalen waarmee Kink FM (potentiële) luisteraars probeert te bereiken zijn Twitter (2755 volgers), Hyves (2292 vrienden) Facebook (2081 ‘fans’) en een YouTube kanaal (37 vaste abonnees).

1. **Het onderzoek**

**4.1 Onderzoeksopzet**

Om de huidige kennis, houding en gedrag van luisteraars tegenover de mobiele webactiviteiten Kink FM te achterhalen is gebruik gemaakt van een online survey. De onderzoekspopulatie betrof de huidige luisteraars van KINK FM, dit is de primaire doelgroep waarbij Kink FM volledige bekendheid van haar mobiele website en applicatie wenst te bereiken. De onderzoekseenheden, waaronder de steekproef is afgenomen, betrof de leden van de Kink FM-hyves op de sociale netwerksite Hyves.nl. Van de toentertijd 1802 leden (maart 2010) hebben 83 respondenten de enquête volledig doorlopen. In dit onderzoek speelden de variabelen sekse, leeftijd, kennis, houding en gedrag tegenover de mobiele website en applicatie van Kink FM, mediagebruik, mobiel internetgebruik en het bezoek aan muziekfestivals een belangrijke rol. Voor deze meting is gebruik gemaakt van zowel multiple choice antwoorden als antwoordschalen. Zie bijlage 5 voor de volledige webenquête.

De deelvragen die met dit deel van het onderzoek worden getracht te beantwoorden:

*Hoe beoordeelt de consument de mogelijkheden en de kwaliteit van de mobiele website?*

 *Hoe is de KINK FM luisteraar het beste te benaderen?*

* 1. **Bevindingen Online survey**

Van de in totaal 83 respondenten is 47 procent vrouw en 53 procent man. De grootste groep bevindt zich in de leeftijd van 18 tot 29 jaar, maarliefst 64 procent. Van de gehele onderzoekspopulatie zegt slechts 24 procent de mobiele website van Kink FM te kennen, 74 procent kent deze niet. Uit deze gegevens is al te concluderen dat de bekendheid bij de doelgroep relatief laag ligt. (Zie tabel 1 tot en met 4 in bijlage 6).

Van de respondenten die op de hoogte zijn van de mobiele website, luistert 65 procent niet via diezelfde website. De meest genoemde reden hierbij is het niet beschikken over mobiel internet, door 31 procent van de respondenten. Slechts vijf procent zegt dagelijks via zijn of haar mobiel naar Kink FM te luisteren. De mobiele luisteraars zeggen redelijk tot zeer tevreden te zijn met de kwaliteit van de mobiele website. (Zie tabel 5 tot en met 7 in bijlage 6).

Van alle ondervraagden beschikt 49 procent over mobiel internet, 24 procent denkt dit binnen twee jaar aan te zullen schaffen. Bij de luisteraars van Kink FM is Lowlands verreweg het meest bezochte muziekfestival, 19 procent zegt dit jaarlijkse festival te bezoeken. Van het mediagebruik van alle respondenten wordt internet gemiddeld het meest gebruikt, 93 procent zegt internet vaak tot altijd te gebruiken.

* 1. **Tests met mobiele website**

Om een goed communicatieadvies voor de mobiele diensten van Kink FM te kunnen geven is het belangrijk om ook het functioneren hiervan te onderzoeken. Hiernaast is de gebruiksvriendelijkheid en daarmee de gebruikerservaring een belangrijke factor in het succesvol promoten van de mobiele website en de applicatie. Voor een niet-functionerende en gebruiksonvriendelijk website of applicatie is het promoten immers niet aan te bevelen. Met behulp van een aselecte steekproef is getracht van zoveel mogelijk mobiele telefoonmerken en providers informatie te verkrijgen.

De respondenten werd gevraagd een korte test uit te voeren met zijn of haar mobiele telefoon. De eerste stap was het bezoeken van de mobiele website van Kink FM (<http://www.kinkfm/com/m>), dan wel de iPhone applicatie. Zie voor de volledige vragenlijst de ‘KINKTEST’ in bijlage 7.

Uit de korte tests is het volgende overzicht tot stand gekomen:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Merk** | **Type** | **Onbeperkt abonnement** | **Provider** | **Mobiele website/applicatie** | **Luisteren naar Kink FM** | **Luisteren naar themakanalen** |
| Nokia | E7 | Ja | T-Mobile | Mobiele website | Niet mogelijk | Niet mogelijk |
| Samsung | Star QWERTY | Ja | Hi (KPN) | Mobiele website | Niet mogelijk | Niet mogelijk |
| HTC | Desire Z | Ja | T-Mobile | Mobiele website | Niet mogelijk | Niet mogelijk |
| Apple | iPhone 4 | Ja | T-Mobile | Mobiele website | Wel mogelijk | Niet mogelijk |
| Apple | iPhone 4 | Ja | T-Mobile | Mobiele applicatie | Wel mogelijk | 2 v/d 3 mogelijk |
| Apple | iPhone 3G S | Ja | T-Mobile | Mobiele applicatie | Wel mogelijk | 2 v/d 3 mogelijk |
| Blackberry | Torch | Ja | T-Mobile | Mobiele website | Niet mogelijk | Niet mogelijk |

Tabel 1. Overzicht tests met mobiele website en applicatie (juni 2011).

Na het uitvoeren van de tests met verschillende mobiele telefoons is duidelijk geworden dat het luisteren naar Kink FM via mobiel internet nog niet zo eenvoudig is. De enige telefoon waarmee het wel is gelukt om naar de zender te luisteren via haar mobiele kanalen, is de iPhone van Apple.

Het meest genoemde probleem bij de andere telefoonmerken was het blijven laden van de website en uiteindelijk de melding ‘kan geen verbinding maken met de server’ krijgen. Om dezelfde reden lukte het luisteren naar de themazenders ook niet, de website ‘blijft hangen’.

Met de iPhone werkt de mobiele website wel, maar was het voor de mobiele gebruiker erg onduidelijk hoe men uiteindelijk tot het luisteren naar de zender komt. De themakanalen zijn niet direct via de url van de mobiele website te bereiken, hiervoor dien je nog door te klikken, maar eenmaal gevonden werken deze niet. Het beluisteren van Kink FM met de behulp van de iPhone applicatie wordt als ‘veel makkelijker en toegankelijker’ genoemd. Kink ClassX en Kink Aardschok staan ook in de applicatie, X-rated was ten tijde van het onderzoek nog niet te vinden in de huidige applicatie.

**4.4 Interview Kees Winkel**

Crossmediaspecialist Kees Winkel maakt zelf weinig gebruik van mobiel internet. Hij heeft maar een korte reistijd tussen huis en werk en als hij het dan gebruikt is dat voornamelijk om op de hoogte te zijn van de laatste nieuwsfeiten. Hiervoor gebruikt hij graag de mobiele versie van nieuwssite nu.nl.

Door zijn functie als docent in het ‘Crossmedialab’ van de Hogeschool Utrecht heeft de heer Winkel ook te maken met onderzoek naar radio en nieuwe media. Hij maakt duidelijk dat er een groot verschil in beleving is tussen algemene radiozenders en themakanalen. Themakanalen hebben een veel kleiner aantal luisteraars en zijn uiteindelijk gewoon reclamemiddelen voor adverteerders. Themakanalen maken het de adverteerder eenvoudig door zich te specificeren op een bepaalde groep.

Waarom het mobiele internetgebruik nog maar langzaam steeg, kwam volgens de heer Winkel voornamelijk door de prijsstelling. De explorers en de “media-savvy” jongeren zijn de degenen die verantwoordelijk zijn voor het grootste deel van het mobiele internetgebruik op dat moment (mei 2009). Deze groep maakt het meest gebruik van de iPhone van Apple, wat toen verantwoordelijk was voor 60 procent van het mobiele internetverkeer in Nederland. Er is een duidelijk onderscheid te maken tussen deze groep, die het mobiele internet vooral voor entertainmentredenen gebruikt en de zakelijke gebruikers die het bij e-mail en nieuwssites houden.

Een aardige salestruc is het sluiten van deals met de detailhandel, om zo als snelkoppeling in het menu van mobiele toestellen te komen. Als er letterlijk een knop zit, dan drukken ze deze toch sneller in dan dat zij naar een webpagina zullen zoeken

Het is volgens de heer Winkel voor Veronica belangrijk om achter het belevingsprofiel van hun luisteraars te komen. Een mentaliteitsonderzoek, zoals dat door studenten van het crossmedialab wordt gedaan, kan hierin uitkomst bieden. Voor het luisteren naar Kink FM via de autoradio ligt er volgens hem een goede kans voor Kink, mits zij hier als eerste mee beginnen.

Een belangrijk punt is de functieverschuiving van radio bij het mobiele gebruik. Waar je thuis de radio aanzet, de afwas gaat doen en daarna nog veel meer taken uit kan voeren, is het bij mobiel internet een tijdsbesteding waarin maar één, hoogstens twee dingen kunnen worden gedaan. Daarnaast is het een feit dat mobiele telefoons nog een sterk ‘single purpose’ functie hebben. Hierdoor is het luisteren naar de radio via mobiel internet een passieve vorm van tijdbesteding. De tijd dat je vijf websites kunt bezoeken, terwijl je een telefoongesprek voert en daartussenin een sms verstuurd, die tijd is er helaas nog lang niet.

Maar het medium radio is nog altijd één van de sterkste en luisteraars tunen bewust in op een bepaalde zender. Dit heeft vooral met het genre en de programmering te maken, men weet wat ze te horen zullen krijgen en of dat hen bevalt. De vraag is alleen of dit nog geldt voor livestream, via mobiele telefoons, de gebruikers zitten allemaal in een andere situatie en omgeving en hebben daardoor andere behoeftes. Het faciliteren van muziek die op dat moment bij je gemoedstoestand past is iets wat Kees Winkel persoonlijk zeker aanspreekt, maar ook een gebied is waar Kink FM naar zou kunnen kijken. Voor Kink FM is het interessant om een focusgroep te vormen vanuit hun panel, om zo erachter te komen wat hun eigen luisteraars als beweegreden zien om mobiel te gaan luisteren.

Interne concurrentie ervaart Kink FM ook met haar mobiele diensten. Naast andere radiozenders, zijn er verschillende gebruiksfuncties van de mobiele telefoon waarmee zij concurreert. Zo wordt de mobiele telefoon vaak ook als spelcomputer gebruikt, als mp3-speler, en worden er veel internetfilmpjes bekeken.

Er zijn veel vragen die Kink FM voor zichzelf nog dient te beantwoorden. Is het echt de prijsstelling of toch de usability van de devices? En past livestream nog wel in de trend van ‘on demand’ media? (Voor de transcriptie van het interview zie bijlage 8).

1. **Conclusie en advies**

**5.1 Conclusie**

De markt van mobiel internet in Nederland groeit voldoende sterk. Ook de huidige verbindingssnelheid en vaste lage kosten bieden een gezond klimaat voor een veelbelovende toekomst van mobiel internet in Nederland. Uit onderzoek is gebleken dat Nederlanders veel gebruik maken van online sociale netwerken, ook via het mobiele internet. Kink FM is ook volop aanwezig op deze sociale netwerken. De iPhone genereerde tot nu toe het meeste mobiele internetverkeer in Nederland, omdat dit het meest gebruiksvriendelijke telefoontoestel is in combinatie met mobiel internet. Alleen maar slim dus, dat Kink FM een gratis iPhone applicatie heeft ontwikkeld naast een mobiele website

Ook breiden zij hun muziekgenres uit door middel van themakanalen. Kink FM blijft dus actief op, de in zekere zin, beperkte markt van internetradio. Vanaf het begin van 2011 is Kink FM al bezig geweest met de vernieuwing van haar huisstijl en heeft zij nieuwe kanalen ingezet om de luisteraar te bereiken, zoals sociale netwerken en een YouTube kanaal. Ven beide blijven de ledenaantallen groeien.

Radioluisteraars voelen zich nauw verbonden met hun favoriete radiozender, zij zien het als deel van hun lifestyle. De lifestyle van Kink FM-luisteraars is ook nauw verbonden met festivalbezoek, waar zij het muziek van hun favoriete genres terugvinden. Met een groeiend marktaandeel, heeft Kink FM meer mobiele luisteraars te behouden en te winnen. Een hoogopgeleide man, boven de 20 jaar, die festivals bezoekt en het meest naar Kink FM op het werk luistert, de typische Kink FM luisteraar.

De gemeten kennis van de mobiele website van Kink FM is, logischerwijs, nog laag. Het gebruik ligt nog veel lager. Toch beschikt bijna de helft van de ondervraagde luisteraars over een mobiel internetabonnement, wat inmiddels een groter deel zal zijn, gezien de survey in 2010 is afgenomen. Lowlands blijkt het meest populaire muziekfestival onder de luisteraars en, blijkt na het zien van de YouTube-filmpjes, ook dat van de meeste radio-dj’s van Kink FM.

Het is helder dat Kink FM zich op dit moment vooral bezighoudt met de iPhone applicatie. Aan de mobiele website worden echter weinig verbeteringen aangebracht. Het functioneren van deze mobiele website blijkt erg slecht, als het gaat om niet-iPhone gebruikers. De applicatie werkt zonder enig probleem op de iPhone.

Voor verder onderzoek kan Kink FM afvragen wat zij met hun themakanalen willen bereiken. Is dit het behoud van luisteraars? Of ook het verkrijgen van advertentie-inkomsten? Het is voor Kink FM ook interessant om achter het belevingsprofiel van hun luisteraars te komen. Radio is een sterk medium en heeft daarom goede overlevingskansen via mobiel internet, maar ook meer concurrentie (Winkel, 2009).

* 1. **Advies mobiele website en applicatie**

Om een mobiele website onder een groot publiek bekend te maken om zo meer en meer bezoekers te genereren kan uiteraard alleen wanneer deze website werkt. Niet alleen iPhone-gebruikers, maar ook Blackberry-, Nokia- en HTC-bezitters dienen er bijvoorbeeld goed gebruik van te kunnen maken. Sinds de komst van de iPhone, heeft deze steeds meer concurrenten gekregen, en met de groei van mobiel internet zal ook het gebruik van de verschillende telefoonmerken groeien. **De eerste en belangrijkste aanbeveling aan Veronica is daarom, het optimaliseren van de mobiele website door compatibiliteit met de meest gebruikte mobiele toestellen in Nederland mogelijk te maken.** Dit is een nieuwe randvoorwaarde voor promotie van de mobiele website.

Voor de applicatie in de iTunes winkel van Apple zijn er al veel goede initiatieven genomen ter promotie. Hieraan kan nog een interactieve en actuele kant worden toegevoegd, ook herkenning en herinnering spelen hierbij een rol. **Veronica heeft echter geen budget om de mobiele website en de iPhone applicatie van Kink FM te promoten.** Het is hierom aan te raden zoveel mogelijk bestaande communicatiekanalen in te zetten ter bevordering van de bekendheid van de mobiele website en de applicatie, wanneer er aan de randvoorwaarde voor de mobiele website is voldaan.

De plek waar mobiele internetgebruikers al aanwezig en vaak ook actief zijn, zijn sociale netwerksites. Ook Kink FM is hier aanwezig en kan via deze weg haar huidige luisteraars bereiken. Een tweede locatie is de reguliere website van Kink FM, waar de huidige luisteraars ook actief aanwezig zijn, net als de radio-uitzendingen die weliswaar niet interactief zijn, maar direct contact met de luisteraar bieden. De ‘offline’ locatie waar Kink FM haar luisteraars kan ontmoeten, is het muziekfestival, zijn staan hier in de zomer van 2011 weer en kunnen ter plekke promotionele activiteiten ondernemen.

Door de volgende vier communicatielijnen te gebruiken, kan Kink FM beginnen met de promotie van de mobiele website en iPhone applicatie.

1. Via Social Media (Hyves, Facebook, Twitter, YouTube)
2. Via uitzendingen KINK FM (spotjes, prijsvragen)
3. Via de reguliere website (informatie, nieuwsbrief, prijsvragen, banners)
4. Via muziekfestivals (Lowlands)

Andere media en middelen die Kink FM kan inzetten zijn barters met festivals, barters met poppodia, media die actief zijn onder studenten, de barter met vanLeest, de barter met OOR magazine, de barter met Comedy Central en vele andere waar Kink FM op dit moment al banden mee heeft. Voor de eerste promotiecampagne is er geen budget en daarom zijn deze middelen ideaal om in te zetten. (van Tol, 2009).

Het is ook goed om de natuurlijke groei van mobiel internet in acht te nemen, op dit moment zijn er nog genoeg mensen die mobiel internet ontdekken, nog niet ontdekt hebben of op het punt staan mobiel internet aan te schaffen. Samen met de geleidelijke groei in het gebruik van een nieuw medium als mobiel internet, zal ook het mobiele gebruik van Kink FM groeien.

Voor de toekomst is het aan te bevelen een mentaliteitsonderzoek uit laten voeren, bijvoorbeeld door het Crossmedialab van de Hogeschool Utrecht of in het eigen Veronica MediaLab en met behulp van het bestaande onderzoekspanel. Op deze manier krijgt Kink FM specifieke informatie over haar luisteraars, wat niet alleen interessant is voor henzelf, maar ook voor potentiële adverteerders. Ook afspraken met mobiele telefoniehandel om de Kink FM applicatie standaard in het menu te installeren is een optie voor de toekomst, wanneer Kink FM hier een budget voor beschikbaar ziet. Het luisteren naar radio via mobiel internet en aansluiting met een autoradio zou Kink FM als de eerste radiozender in Nederland kunnen introduceren, dit is tot nog toe alleen door de applicatie TunIn.fm gedaan, maar niet breed uitgerold.

* 1. **Communicatieplan KINK MOBIEL**

Budget

Het is vooraf belangrijk om nog eens te vermelden dat Veronica geen budget beschikbaar heeft gesteld om het gebruik van de mobiele website en de iPhone applicatie van Kink FM te bevorderen. Dit zorgt vanzelfsprekend voor een grote beperking van de mogelijkheden. Toch is met de bestaande communicatielijnen getracht een succesvolle promotie onder de doelgroep te bewerkstelligen.

Doelgroep

Kink FM zal zich met haar eerste campagne, ter bevordering van het gebruik van de mobiele website en iPhone-applicatie, richten op haar huidige luisteraars. Dit is de groep waar Kink FM het dichtst bij staat en voor wie het belangrijk, en vooral nuttig, is om te weten dat Kink FM ook mobiel eenvoudig te beluisteren is. De huidige luisteraars van Kink FM zijn de personen die meer dan drie dagen in de week naar Kink FM luisteren via kabel, internet of satelliet.

Doelstellingen

Met de start van een promotiecampagne dienen doelen te worden opgesteld. De randvoorwaarde voor de start van de campagne is dat de mobiele website wordt geoptimaliseerd en werkt met de meeste mobiele telefoons. De communicatie-effectdoelstellingen van de eerste campagne ter promotie van de mobiele website en iPhone applicatie van Kink FM luiden als volgt:

Kennis

* 60 procent van de huidige luisteraars weet een jaar na de start van de campagne van het bestaan van de mobiele website van Kink FM.
* iPhone-luisteraars weten een jaar na de start van de campagne van het bestaan van de mobiele iPhone applicatie van Kink FM.
* 40 procent van de huidige luisteraars weet een jaar na de start van de campagne waar de mobiele website te vinden is en hoe zij deze dient te gebruiken via mobiel internet.
* 25 procent van de huidige luisteraars brengt een jaar na de start van de campagne Kink FM in associatie met mobiele internetradio.

Houding

* 40 procent van de huidige luisteraars staat een jaar na de start van de campagne positief tegenover het luisteren naar Kink FM via mobiel internet.

Gedrag

* 33 procent van de huidige luisteraars luistert een jaar na de start van de campagne minimaal één keer per week naar Kink FM via de mobiele website of iPhone applicatie.

Groei in kennis van de mobiele activiteiten van Kink FM is het voornaamste doel. Op dit moment kent maar een klein deel van de luisteraars de mobiele applicatie en de mobiele website. Hiernaast is het belangrijk dat men ook weet hoe zij gebruik kunnen maken van beide opties. Wanneer men een positieve houding heeft tegenover het luisteren naar Kink FM via mobiel internet, zullen zij hier vaker gebruik van maken. Het uiteindelijke doel is dan ook dat een derde van de luisteraars daadwerkelijk gebruik gaat maken van mobiel internet om naar Kink FM te luisteren.

Strategie

De communicatielijnen die Kink FM zal gaan gebruiken in haar campagne voor haar mobiele activiteiten bevinden zich zowel ‘online’ als ‘offline’. Ook is het gewenst om met de campagne zowel een informationele als transformationele benadering te hanteren. Dit houdt in dat niet alleen de feitelijke voordelen van het luisteren naar Kink FM via de mobiele website en applicatie worden bellicht, maar dat ook de waarden en lifestyle van Kink FM hieraan worden verbonden. Er is hierbij sprake van een tweezijdige benadering van de doelgroep tijdens de campagne.

Mobiel internet en daarmee de website en applicatie van Kink FM, kan men zien als een product in de groeifase. Mobiel internet is op dit moment niet nieuw te noemen, maar is nog geen volwassen dienst die volledig is geïntegreerd in de samenleving. Men weet van het bestaan van mobiel internet en langzaamaan begint men hier regelmatig gebruik van te maken. Maar welke websites bezoeken zij dan? Het mooiste antwoord hierop zou zijn, Kink FM. Maar Kink FM concurreert met zowel andere radiozenders als andere mobiele websites en applicaties en met de verschillende functies van een mobiele telefoon. Kink FM dient zich dus als zender te onderscheiden, wat zij al doet door zich als ‘The Alternative’ te positioneren. Daarnaast dient Kink FM het luisteren naar radio via mobiel internet aantrekkelijk te maken, door de functionele voordelen hiervan duidelijk te maken. Ten slotte dient Kink FM de psychosociale betekenis die zij aan haar zender heeft verbonden over te brengen in de campagne om te zorgen dat de doelgroep ‘wil’ gaan luisteren naar Kink FM.

Eén manier om dit te bewerkstelligen is het benadrukken van de voordelen van de mobiele website en applicatie, maar vervolgens ook zo uniek te zijn in de uitingen dat concurrentie met andere radiozenders wegvalt. Hierbij is het gevolg dat er een psychosociale betekenis wordt toegevoegd, waarop de dienst voortleeft. Voor de huidige luisteraars is het vrij eenvoudig om dit te doen. Zij kennen Kink FM immers al als ‘The Alternative’ en weet welke lifestyle zij representeren. Het benadrukken van de unieke eigenschap is daarom des te eenvoudiger. De huidige luisteraars hebben met elkaar gemeen dat zij graag luisteren naar Kink FM, zij zijn trouw aan hun radiozender en vinden dat Kink FM bij hen past. Zoals eerder gezegd, luisteraars voelen zich persoonlik aangesproken door het medium radio, voelen zich sterk betrokken en achten het medium geloofwaardiger dan bijvoorbeeld televisie. Hierom is het aan te bevelen om deze band, tussen de luisteraar en Kink FM, te benadrukken.

Boodschap

De boodschap die in deze campagne overgebracht dient te worden bevat een aantal elementen. Ten eerste is er het kennis-element, hierbij wordt duidelijk gemaakt dat Kink FM een mobiele website en iPhone applicatie heeft. Ten tweede is er een attitude-element, bij de luisteraar wordt de affectieve kant en band met zijn of haar radiozender benoemd. Tot slot is er het gedragselement, door de kennis en de houding positief te beïnvloeden wordt de luisteraar overtuigd om tot actie over te gaan.

De kern van de boodschap is: Jouw Kink FM is nu ook mobiel online en heeft een mobiele website en gratis app voor de iPhone, probeer het en luister waar je maar wilt naar ‘The Alternative’, Messenger of Music. Luisteren met je mobiele telefoon is simpel via [www.kinkfm.com/m](http://www.kinkfm.com/m) of via de Kink FM app in iTunes.

Middelen

Voor de primaire doelgroep, de huidige Kink FM-luisteraars, worden zoveel mogelijk bestaande kanalen ingezet ter promotie van de mobiele website en iPhone applicatie.

Naast de huidige banner op de website en het kopje ‘Mobiel’ zal Kink FM grootser moeten uitpakken met het naar buiten treden met de mobiele website en de applicatie. Hiervoor kan zij grotere, opvallende advertenties op de website plaatsen die herkenbaar zijn en een duidelijke boodschap hebben. Ook in de nieuwsbrief die naar alle leden wordt verstuurd, dient de boodschap overgebracht te worden.

In de reguliere radio-uitzendingen kan Kink FM eigen zendtijd gebruiken om spots uit te zenden waarin de campagneboodschap naar voren komt, deze kunnen zij combineren met de bestaande jingles waardoor de boodschap meer verweven wordt in de context, waar de luisteraar zich betrokken bij voelt en zich persoonlijk voelt aangesproken. Tijdens de uitzendingen die op festivalterrein plaatsvinden kunnen de dj’s luisteraars oproepen de mobiele website te openen, waarvan dan informatie wordt gevraagd die alleen dáár te vinden is, hierbij maken de luisteraars kans op een prijs. Wie het eerst met de juiste informatie komt, wint.

Via Facebook, Twitter en Hyves laat Kink FM al weten dat zij mobiel online zijn en is de vernieuwde applicatie minimaal één keer genoemd door de dj’s en medewerkers van Kink FM. Via YouTube is het vrij eenvoudig om interactief met de huidige luisteraars bezig te zijn en ze onbewust te ‘primen’. Voor en na elk filmpje kan de url van de mobiele website, met een link en een link naar de iPhone app geplaatst worden. Op deze manier kunnen de kijkers van het filmpje op twee momenten doorklikken naar één van de twee. Interactie komt tot stand wanneer de zender in hun filmpjes luisteraars oproept hun ervaringen met de applicatie en de mobiele website te plaatsen als ‘reactie’ in de vorm van een eigen filmpje. Hierbij kan gevraagd worden naar waar de luisteraar het liefst mobiel luistert naar Kink FM, waarom en wat zij nog graag zouden willen zien op de mobiele website en applicatie. Hiervoor kan direct het Kink FM panel worden aangesproken, via de e-mail.

Met behulp van een digitale versie van de banner op de website van Kink FM, die nu de alleen de applicatie promoot, kunnen barters worden ingezet. Zo kunnen deze worden geprint in OOR magazine, Aardschok magazine en andere studentenmagazines waarmee zij barterafspraken hebben. In ruil hiervoor stelt Kink FM zendtijd beschikbaar voor de magazines. Een goedkopere methode is het laten publiceren van een persbericht waarin Kink FM, samen met de festivalzomer ook de ‘mobiele zomer’ van Kink FM aankondigt. Via de barterafspraken met festivals kan de banner ook worden gedrukt in de festivalprogrammaboekjes van de betreffende festivals.

Planning

Gedurende het eerste jaar, waarin de huidige luisteraars de primaire doelgroep vormen zullen de volgende middelen worden ingezet.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Duur** | **Middel** | **Kanaal** | **Kosten** | **Doel** |
| Doorlopend | Banner | Kinkfm.com | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Wekelijks | Grote webadvertenties | Kinkfm.com | Ja | Kennis, houding en gedrag |
| Maandelijks | Nieuwsbrief | Kinkfm.com | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Dagelijks | Spot | Uitzending | Ja | Kennis, houding en gedrag |
| Eénmalig | Prijsvraag | Uitzending | Ja | Gedrag |
| op locatie |   | op locatie |   |   |
| Wekelijks | Mededelingen | Facebook | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Wekelijks | Mededelingen | Twitter | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Wekelijks | Mededelingen | Hyves | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Doorlopend | Links mobiele URL | YouTube | Nee | Kennis en gedrag |
| Eénmalig | Interactieve filmpjes | YouTube | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Maandelijks | Printadvertentie | OOR magazine | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Maandelijks | Printadvertentie | Aardschok magazine | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Eénmalig | Printadvertentie | Festival (barter) | Nee | Kennis, houding en gedrag |
| Eénmalig | Persbericht | Bartermagazines | Nee | Kennis, houding en gedrag |

Tabel 2. Planning eerste campagne KINK MOBIEL (2011-2012).

Na het eerste campagnejaar zal er een evaluatie plaatsvinden. Om de beoogde doelstellingen te toetsen zal het Kink panel worden gevraagd een survey in te vullen, waarin wordt gevraagd naar de kennis, houding en het gedrag van de luisteraar ten opzichte van de mobiele activiteiten van Kink FM. Ook zal worden vastgesteld of de respondenten mobiele Kink FM-luisteraars zijn of niet.

**Begrippenlijst**

**Streaming media**: de verzamelterm voor de technologie om audio en video rechtstreekt via internet te distribueren.

**Webcams**: Camera’s waarmee via het internet door middel van video gecommuniceerd kan worden.

**Video on demand**: Op elk moment opvraagbare video’s via digitale televisie, internet en mobiel internet.

**Webvideo**: Filmpjes via internet (YouTube).

**iPhone applicatie**: Programma waarmee een bedrijf een dienst aanbiedt voor mobiele telefoons via mobiel internet in de ‘App store’ (applicatiewinkel) iTunes van Apple.

**3G:** Mobiele netwerk van de derde generatie.

**UMTS:** Mobiele netwerktechnologie (3.5G).

**HSDPA:** Mobiele netwerktechnologie (3G).

**GPRS:** Mobiele navigatietechnologie.

**USB-stick:** Mobiel opslagmedium.

**Dongel:** USB-stick met ingebouwde netwerkkaart.

**Netbook:** Kleine laptop, geschikt voor mobiel internet.

**Smartphones:** Zakelijke telefoons met QWERTY toetsenbord en middelmatig schermformaat.

**Touch-screen phones:** Mobiel met groot scherm, aanrakinggestuurd.

**Browsersoftware:** Programma om mee op internet te surfen.

**URL:** Internetadres.

**App/Apps:** Afkorting van applicatie(s).

**Ringtones:** Beltonen van mobieltjes.

**Usability:** Gebruiksvriendelijkheid.

**Feature phones:** ‘Gewone’ mobiele telefoon, met klein scherm en weinig gebruiksfuncties.

**QWERTY:** Nederlands toetsenbord.

**MB:** Data-hoeveelheid, Megabyte.

**Bytes:** Data-hoeveelheid.

**Kilobyte:** Data-hoeveelheid.

**Roaming:** Automatisch verbinden met mobiel internet in het buitenland.

**TunIn.fm:** Applicatie-ontwikkelaar voor het beluisteren van radio via mobiel internet.

**Flat fee abonnement:** Mobiel internetabonnment met één vaste lage prijs.

**UWB:** Ultra Wide Band, mobiele netwerktechnologie van de toekomst.

**4G:** Laatste generatie mobiele telefoonnetwerk.

**Gigabit:** Data-hoeveelheid.

**WiMaX:** Mobiele netwerktechnologie van de toekomst.

**Petabyte:** Data-hoeveelheid.

**Exabyte:** Data-hoeveelheid.

**High-end:** Van een populair merk, gewild

**Bronnenlijst**

Nispen, G. van (2008). Pionieren zit in ons bloed, Onder de Knop november 2008. www.slideshare.net/broadcastpress/veronica-holding-presentation (5 november 2009)

Ziel, S. van der. Streaming media. nl.wikipedia.org/wiki/Streaming\_media (27 april 2009)

Reints, I. SURFnet (2008). Mobile streaming, Korte verkenning van de mogelijkheden en vereisten voor het streamen van Video naar mobile devices. www.mobieleonderwijsdiensten.nl/attachments/session=cloud\_mmbase+1651957/Verkenning\_Mobile\_streaming.pdf;jsessionid=F9E9E0A7804323F5F96790B1AC89F9F3. (27 april 2009)

Centraal bureau voor de statistiek (2008). De digitale economie 2008. www.cbs.nl/NR/rdonlyres/2DB2660A-33E0-4E85-8E9B-DFAC101255D7/0/2008p34pub.pdf (11 mei 2009)

Cisco (2009). Cisco Visual Networking Index: Global Mobile Data Traffic Forecast Update. www.cisco.com/en/US/solutions/collateral/ns341/ns525/ns537/ns705/ns827/white\_paper\_c11-520862.pdf (13 mei 2009)

Stuivenberg, R. van (2005). Young Votes KLO Informatie & advies. www.mediaonderzoek.nl/youngvotes.pdf (14 april 2009)

Anon. (2009). Tarieven onbeperkt internetten met de mobiele telefoon. www.mobielinternetten.com/?gclid=CJyFu-eV850CFVBd4wodCEJuIg (24 oktober 2009)

Anon. (2009). De toekomst van mobile internet. In: Personal computer magazine, nr. 9, p. 98-101. (16 april 2009)

Admin (2007). Mobiel Internet bij verschillende netwerk operators. www.openmobielinternet.com/2007/07/24/mobiel-internet-vergelijken/ (24 oktober 2009)

Vos, H., Geel, A. van (2009). The next web 2009. www.ruigroknetpanel.nl/bestandenmap/RuigrokNetPanel\_Onderzoeksrapport\_NextWeb2009.pdf (14 mei 2009)

Ruigrok-Netpanel-Next-web-2010-rapport.pdf

Anon. (2009). Forrester: Mobiel Internet voorbij kritische punt. www.openmobielinternet.com/2009/09/03/forrester-mobiel-internet-voorbij-kritische-punt/ (22 oktober 2009)

Anon. (2010). Prijzen mobiel internet op de telefoon. In: Consumentengids, jaargang 7, nr. 58 (juli/augustus 2010), p. 24-28. (12 maart 2010)

Schreurs, W. (2010). Alles over radio, *2008-09.* Amstelveen: Sorgdrager productie & communicatiesupport. (20 mei 2011).

P. Brackel, (2010) App stores,*hype of blijvertje?* <http://www.omi2.nl/?p=1534> (12 maart 2011)

Anon. (2010). Prijzen mobiel internet op de telefoon. In: Consumentengids, jaargang 7, nr. 58 (juli/augustus 2010), p. 24-28. (12 maart 2010)

http://www.metjelaptoponline.nl/dekking-mobiel-internet

<http://www.kinkfm.com/informatie>

<https://www.gfk.com/PHP_Includes/intomart/rrparse.php>

http://www.intomartgfk.nl/business\_units/media/continu\_luisteronderzoek/index.nl.html